

清科研究中心

# 从“单一平台”到“金融生态”， 第三方支付日趋成熟

清科研究中心 2020.03

## 从“单一平台”到“金融生态”，第三方支付日趋成熟

2014 年以来，随着扫码支付的诞生、移动支付的爆发，国内现金交易骤减，中国步入无现金社会的进程明显加速。与此同时，随着网联的设立，牌照、反洗钱、备付金、九六费改等相关政策密集出台，国家对于第三方支付行业的监管强化，第三方支付行业开始走上合规发展之路。

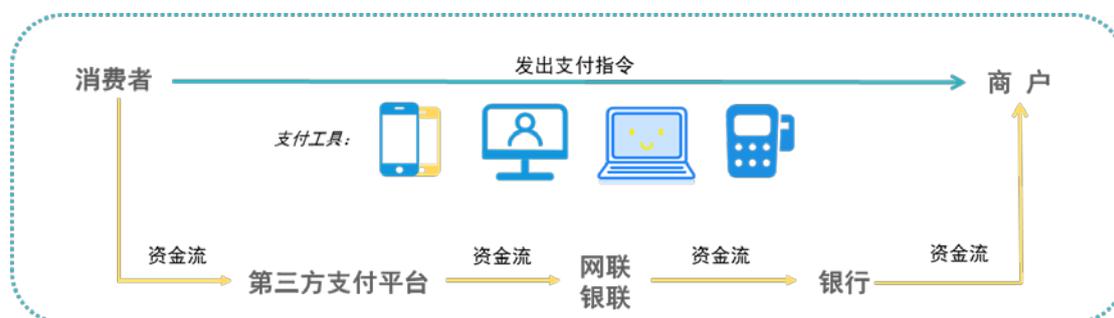
根据清科研究中心《2020 年中国第三方支付市场发展研究报告》，2018 年中国第三方支付行业交易规模已经达到 230 万亿元。在 C 端形成了以支付宝、财付通（主要指微信支付）为首的双寡头格局，在 B 端也不乏联动优势、拉卡拉、连连支付等多家支付平台，聚合支付具备兼容性高、流量积累多等优势，也开始崭露头角。据清科研究中心私募通数据，2014-2018 年，中国第三方支付行业共披露投资事件 163 起，其中披露投资金额的事件有 127 起，总披露投资额达 191.19 亿元，平均投资金额达到 1.51 亿元，同时印度、美国等海外市场也受到资本方关注。此外，为获得支付牌照，第三方支付行业并购交易也时有发生。

### 第三方支付业务类型较多，是科技金融的基础

根据 2010 年央行颁布的《非金融机构支付服务管理办法》，“第三方支付”指非金融机构作为商户与消费者的支付中介，通过网联对接而促成交易双方进行交易的网络支付模式。随着网联的接入，第三方支付行业已形成由央行监管，链接用户、第三方支付平台、银行间系统、商户的服务闭环。

通过联系商户与消费者，第三方支付企业可以掌握所有的交易信息，且拥有第三方支付账户资金，对于互联网金融业务的发展具有重要意义。由于具备监管严厉、重视培养用户习惯、重视流量导入等特点，第三方支付平台发展壮大后，可提供综合金融服务，这往往也是其盈利最丰厚的环节。此外，第三方支付交易数据的积累，有助于央行实现大数据征信，从而有效控制科技金融的风险。

图表 1 中国第三方支付业务流程简图



来源：清科研究中心据公开资料整理

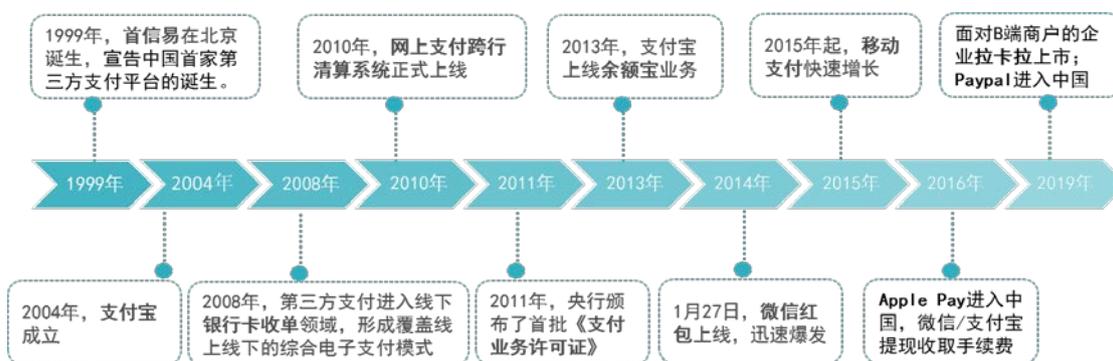
第三方支付业务类型较多，主要包括网络支付、预付卡支付、银行卡收单、其他支付方式（主要指跨境支付）等。近年来，网络支付发展最为迅速。从服务对象来看，第三方支付

## 从“单一平台”到“金融生态”，第三方支付日趋成熟

平台作为支付中介，主要服务对象有以广大消费者为代表的 C 端用户，以及以商户、企业等为代表的 B 端商户。

随着支付宝的迅速扩张、微信红包的爆发，支付宝和财付通（微信支付）逐渐成为面对 C 端用户的优质平台。同时，在 B 端也不乏联动优势、拉卡拉、连连支付等多家支付平台，其中拉卡拉已于 2019 年 4 月在深交所创业板成功上市。第三方支付方式的便捷性、快速性使其逐渐成为支付市场主流，中国第三方支付行业进入高速发展期。此外，第四方支付--聚合支付具备兼容性高、流量积累多等优势，也开始崭露头角。

图表 2 中国第三方支付行业发展大事件



来源：清科研究中心据公开资料整理

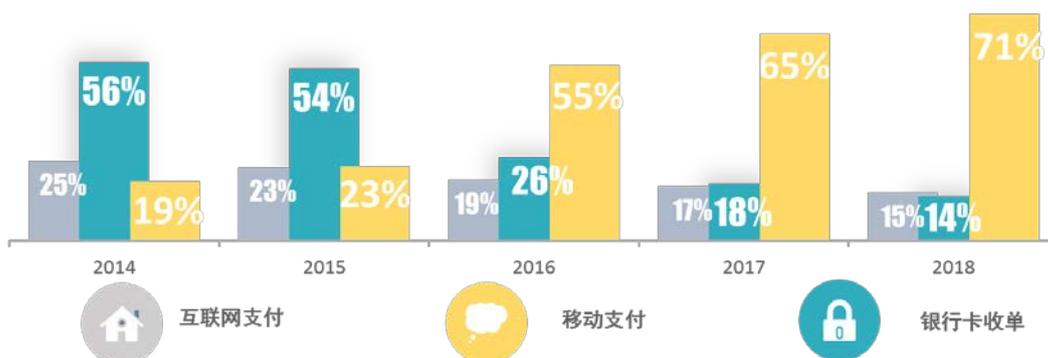
## 2018 年综合支付交易规模达 230.4 万亿元，移动支付增长迅速

近年来，中国第三方支付行业发展迅速，2014 年中国第三方支付综合支付交易规模达到 32.2 万亿元，同比增长 90.3%，2018 年已达到 230.4 万亿元，同比增长 48.8%。预计 2021 年中国第三方支付综合支付交易规模将接近 480 万亿元。

随着支付企业对线下移动支付场景的持续投入，加之二维码支付技术的发展，第三方移动支付交易规模迅速增长，且在整体交易规模中所占比例连续五年上升，2018 年这一比例已达到 71%。近年来，除受政策推动、智能手机普及、移动互联网发展等因素影响外，更有第三方支付企业通过设备创新升级，大数据、云计算、人工智能等技术赋能，驱动行业快速壮大并不断分化，并进一步促使移动支付渗入长尾人群。

图表 3 中国第三方支付行业市场规模分布

## 从“单一平台”到“金融生态”，第三方支付日趋成熟



来源：清科研究中心据公开资料整理

在移动支付领域，支付宝和财付通（主要指腾讯旗下微信支付）已占据绝对优势。根据公开信息，截至 2019 年，微信的用户已经突破 11.5 亿，支付宝的用户达到 12 亿之多，两家已成为行业内的巨无霸，C 端市场也几乎被这两家分割殆尽。从二者发展模式看，支付宝和财付通均在立足自身核心优势的基础上，向银行、保险、消费、出行、娱乐等领域进行合作、投资、并购、整合、延伸，大有构建综合金融服务商之势。从企业基因看，以淘宝起家的支付宝，更聚焦于商业服务本身的发展特点，同时实行技术出海战略，通过建立战略合作关系、购买股份、合并或组建合资公司的方式，瞄准海外旅游人群和海外客户；与支付宝迅速布局全面金融体系不同，虽然腾讯早在 2005 年就成立了财付通获得支付牌照，但更多深耕于以微信为基础的社交支付，直到 2014 年才开始搭建互联网理财平台，综合金融布局稍显落后，但从社交引流来看，财付通显然更胜一筹。

图表 4 支付宝在海外市场的合作&布局情况

| 年份   | 国家   | 投资标的                      | 主营业务    | 投资方式      |
|------|------|---------------------------|---------|-----------|
| 2015 | 印度   | Paytm                     | 印度版支付宝  | 投资入股+输出技术 |
| 2015 | 韩国   | K-Bank                    | 互联网银行   | 共同运营+输出技术 |
| 2016 | 日本   | ORIX                      | 金融服务    | 合作        |
| 2016 | 美国   | Verifone                  | 硬件制造商   | 合作        |
| 2016 | 泰国   | Aacend Money              | 支付及借贷服务 | 投资入股+输出技术 |
| 2017 | 菲律宾  | Mynt                      | 电信运营    | 投资入股+输出技术 |
| 2017 | 印尼   | Emted                     | 传媒巨头    | 成立合资公司    |
| 2017 | 马来西亚 | TNG Digital               | 支付      | 发起股东      |
| 2017 | 新加坡  | Hellopay                  | 电商旗下支付  | 合并        |
| 2018 | 巴基斯坦 | Telenor-Microfinance-Bank | 小微金融银行  | 战略投资      |
| 2018 | 孟加拉国 | bKash                     | 移动支付    | 战略投资      |

来源：公司年报，恒大研究院，清科研究中心整理

## 从“单一平台”到“金融生态”，第三方支付日趋成熟

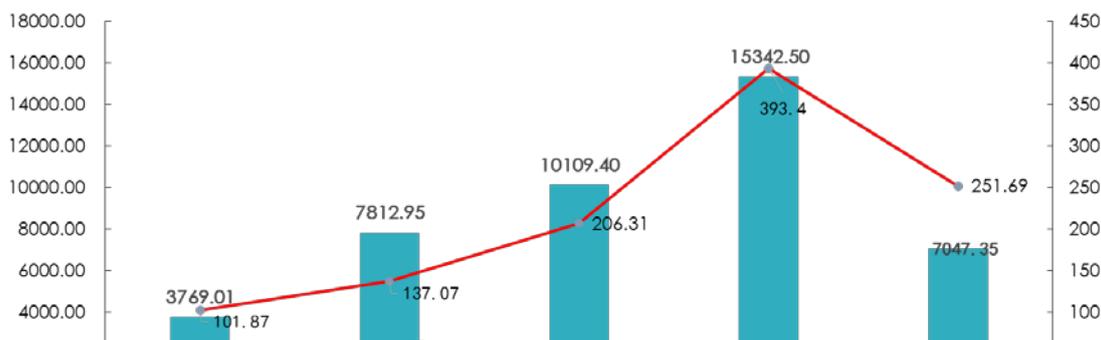
在 C 端市场，支付宝和财付通的地位已难以撼动，许多企业逐步开始发力 B 端，以谋求更多的市场份额。例如，中国移动和中国银联联合发起成立的联动优势，专业为金融机构和产业升级提供服务，主要客户有中铁集团、北京市政交通公司等；2019 年上市的拉卡拉也是聚焦 B 端业务的代表，其主要为餐饮、零售、保险、教育、旅游等行业的商户提供服务。

在第三方支付快速发展的背景下，多样化的用户支付需求，促使线下商户必须获取多元交易收款的能力，聚合支付应运而生。聚合支付又被称为“第四方支付”，其通过将多个第三方支付的接口接入，做成一个聚合平台，帮助商家和用户达成交易，提升第三方支付效率。目前市面上出现的聚合平台有收钱吧、乐惠、钱方好近等。随着聚合支付平台流量积累、服务客群增加以及未来各类新技术的加持，聚合支付平台将具备更多提供增值服务的优势，可通过广告、粉丝运营、金融、电商等内容运营，深入线下实体店，为实体经济赋能。

### 2014-2018 年行业披露投资近 200 亿元，集中在京沪浙广区域

根据清科研究中心《2020 年中国第三方支付市场发展研究报告》，2014-2018 年，第三方支付行业共发生投资事件 163 起，其中披露投资金额的事件数有 127 起，总披露投资额达 191.19 亿元，平均投资金额达到 1.51 亿元。中国第三方支付行业单起事件的投资金额多在 1000 万元-1 亿元区间，共有投资事件 63 起，占比达 38.7%。此外，披露投资金额在 1 亿元以上的事件有 39 起，占比 23.9%，其中超过 4 亿元的投资事件有 10 起。

图表 5 2014-2018 中国第三方支付行业投资情况统计



预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

[https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1\\_14569](https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_14569)

